

УДК 338.2:338.48

Богдан Н.М.
д.е.н., професор,
професор кафедри туризму і готельного господарства,
Махортов М.О.
студент гр. МТУР 22-1,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова,

ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КРИЗИ

Сфера туризму є однією із галузей економіки країни, завдяки якій відбувається її соціально-економічний розвиток. Але для вдалого формування туристського ринку регіону необхідно мати ряд складових туріндустрії, потрібно роздивлятися різні шляхи управління та бути готовим до управління ринком в умовах кризи, так як туристсько-рекреаційний потенціал не є гарантом успішного розвитку.

Вивченню туризму присвячені роботи вітчизняних авторів: О.О. Бейдика, І.В. Бережної, О.О. Любіцевої, М.П. Мальської, і закордонних авторів: Ю.О. Веденіна, Н.І. Кабушкіна, Ф. Котлера, Н. Лейпера В.С. Преображенського та інших.

Дослідження ринку туристичних послуг займалися такі автори: А. Вітренко, Ф. Котлер, І. Писаревський, С.І. Плакида, Т.Н. Софіна та інші.

Проблеми й особливості розвитку ринку туристських послуг, основних засад його функціонування висвітлені у наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як О. Бабарикіної, Ю. Гуменюка, І. Давиденко, О. Єрмоленко, Ю. Забалдіної, О. Заруцької, В. Куценко, О. Любіцевої, В. Полюги, І. Сидоренко, І. Школи та інших.

Хоча дослідженню функціонування туристичного ринку присвячені наукові роботи багатьох авторів, функціонування туризму в кризових та посткризових умовах висвітлено недостатньо. З урахуванням зазначеного вище, актуальність цієї проблематики на сьогодні постає особливо.

Можна виділити такі особливості функціонування туристичного ринку: участь багатьох суб'єктів у обміні; відсутність організованого попиту у великих масштабах; виникнення ринкових відносин як у власній країні покупця, так і в подальшому в іншій країні на місці знаходження туристичного об'єкту; сильно

виражена суб'єктивна оцінка очікувань споживачів або отриманого ефекту від туристичної подорожі; активна участь посередників у забезпеченні попиту і пропозиції туристичних послуг; висока ступінь змінюваності одних туристичних послуг і товарів на інші [1].

Зазначені особливості перетворюють туристичний ринок у надзвичайно динамічне явище з сильно вираженим імовірносним характером процесів, що на ньому відбуваються.

Розвиток міжнародного туризму в Україні останніми роками характеризувався зниженням міжнародних туристичних потоків спричинених введенням карантинних заходів та значним відставанням у темпах впровадження відповідних підтримуючих заходів, що призвело до серйозної загрози конкурентоспроможності туристичної галузі та відновлення впродовж 2021 року. А з лютого 2022 року туристична галузь України через повномасштабну збройну агресію російської федерації опинилася у зовсім печальному становищі.

Під час настання кризи в першу чергу знижується попит на ці товари та послуги, що не є предметами першої необхідності для населення, тобто ті, що знаходяться на верхніх «поверхах» піраміди потреб Маслоу. Це відноситься в повній мірі і до туристичних послуг. Отже, туристична індустрія зазнає негативних наслідків в першу чергу, і виходить з кризи останньою, в цьому і полягає проблематика функціонування туризму в кризових умовах. Але це не означає, що туристична галузь не може подолати негативні тенденції і впасти в довгу депресію.

Дослідження природи виникнення кризових ситуацій породили нові погляди, інструменти та моделі щодо проблематики антикризового управління, які можна застосувати і для галузі туризму.

Різноманітність антикризових методик, як правило, дозволяє реально оцінити глибину та специфіку кризу, яка виникла, хоча всі ці методики вимагають при їх використанні доопрацювання й адаптації до умов конкретного суб'єкта господарювання (в даному випадку до туристичної галузі).

Розглядаючи вплив криз, потрібно враховувати, що кризові ситуації

мають не тільки негативний і руйнівний характер, але й несуть у собі потенціал змін, оскільки що кризова ситуація характеризується різким переломом у діяльності ринку, наслідки якого можна виміряти, і сумнівами щодо структурних складових, які змушують керівництво переглядати власне бачення.

Незважаючи на значний вплив зовнішнього середовища на діяльність туристичного ринку, є можливість регулювати негативні процеси та вживати запобіжних заходів, а також заходи щодо виходу з кризового стану.

Конкретний зміст управлінських заходів залежить від глибини кризи. З цих позицій антикризове управління може становити:

- 1) систему профілактичних заходів, спрямованих на попередження кризи;
- 2) систему конструктивних дій та дійових заходів, спрямованих на виведення з кризи [3].

Так, залежно від наявності ресурсів обумовлюється й мета та інструментарій антикризового управління. Складність вирішення задач антикризового управління в межах усієї туристичної індустрії визначає складність самостійного створення ефективної системи антикризового менеджменту на кожному підприємстві.

Отже, можна відзначити, що подальший розвиток і реконструкція туристичної галузі, вимагає проведення комплексних наукових досліджень і оцінки історичної, архітектурно-культурної спадщини, природно-кліматичного потенціалу, розробки відповідних державних і муніципальних програм, що передбачають стратегію раціонального використання ресурсів на рівні держави та регіону.

Туристська галузь є важливим чинником активізації міжнародного співробітництва, стабільного й динамічного збільшення валютних надходжень, істотного позитивного впливу на економічну ситуацію у багатьох галузях господарства (наприклад, транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо), підвищення рівня зайнятості населення, збереження екологічної рівноваги та ін.

Запорукою перспектив розвитку туристичної галузі є безпека на всіх етапах

створення туристичних проєктів і, в першу чергу, на природних територіях. Важливими мають стати ініціативи щодо розвитку внутрішнього туризму на безпечних територіях нашої держави. Вони мають бути спрямовані на стимулювання та підтримку з боку держави та місцевої влади суб'єктів підприємницької діяльності в галузі туризму.

Література:

1. Левковська Л., Чабан Р., Мунін Г. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні. *Економіка України*. 2003. №6. С. 31-36.
2. Туристична статистика України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2021-roci-v-ukrayini-naybilshevitrachali-groshey-turisti-z-oae> (дата звернення: 25.10.2023).
3. Щербакова Н.О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. № 39 (2022). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/39>